

## ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO DE GEÓGRAFOS AMERICANOS 2009 (AAG ANNUAL MEETING 2009)

LUÍS CARVALHO<sup>1</sup>

O encontro anual da Associação de Geógrafos Americanos (AAG) é uma das maiores plataformas mundiais para discussão do avanço científico, metodológico, do ensino e da prática em geografia física e humana. Reúne anualmente, durante uma semana, geógrafos e outros profissionais provenientes das mais diversas partes do mundo numa cidade americana, em carácter de rotatividade. Durante essa semana, para além das sessões de conferências e painéis com oradores convidados, tem lugar uma grande diversidade de eventos, como por exemplo *workshops* temáticos, encontros de grupos de especialidade, sessões plenárias, apresentações de livros, visitas de estudo, exibição de livros, novo *software*, feira de emprego, exposição de posters, entre outros.

Durante uma semana, a AAG torna-se o epicentro mundial da geografia, um *cluster* temporário de produção e difusão de conhecimento. A edição de 2009 teve lugar em Las Vegas, Nevada, de 22 a 27 de Março. Contou com cerca de 7 000 participantes provenientes de 60 países, de entre os quais cerca de 4 000 apresentaram comunicações (artigos, comunicações em painel, *posters*), organizados em torno de centenas de sessões e painéis nos mais diversos campos de trabalho em geografia física e humana. Este ano, o plenário de abertura foi dedicado a um tema de geografia física: o futuro dos recursos hídricos no Oeste Americano. Seguiu-se uma recepção internacional de boas vindas. Durante a semana foram realizados diversos *workshops* com a duração de menos de um dia destinados a explorar ferramentas, *software* e métodos de trabalho em geografia, como por exemplo as mais recentes aplicações em *Metadata*, *ArcGIS*, suportes visuais de apoio, calibração de modelos espaciais, técnicas de gestão de tempo, metodologias de ensino da geografia, planeamento e técnicas de escrita e publicação, passando ainda por um concorrido *workshop* de provas de vinhos italianos. Tiveram ainda lugar diversas (16) visitas de estudo destinadas a explorar o património cultural e físico de Las Vegas e sua envolvente. Entre as mais populares estiveram *This is Vegas! Or can I get a Deep Fried Twinkie with that?*, organizada pelo Departamento de Geografia e Planeamento da *Indiana University of Pennsylvania* e as visitas aos Parques Nacionais do *Grand Canyon* e *Death Valley*, onde foi abordada sua história, geologia e desafios de sustentabilidade.

---

<sup>1</sup> European Institute for Comparative Urban Research. Erasmus University Rotterdam E:mail: decarvalho@ese.eur.nl

## A AAG ENQUANTO “BAZAR DE GEOGRAFIA”: VANTAGENS E DESVANTAGENS

A AAG dificilmente deixa alguém indiferente. Trata-se de uma conferência bastante intensa, uma concentração maciça de delegados das mais diversas idades, especializações e perfis académicos e profissionais, comparada por alguns a um grande “bazar”. Na minha opinião, tal como visitar e comprar num bazar tem vantagens e inconvenientes (independentemente dos custos de oportunidade temporais e financeiros associados), também a AAG tem pontos fortes e fracos que convém considerar ao planear uma participação.

Para além das evidentes vantagens associadas i) ao contacto e *networking* com colegas e profissionais com interesses comuns e ii) à possibilidade de visitar lugares no mínimo interessantes pessoal e profissionalmente, do lado dos pontos fortes pesa ainda claramente iii) a concentração num só local de alguns dos nomes mais importantes nos diferentes ramos da geografia a nível mundial. Esta concentração torna possível a participação em sessões de discussão do estado-da-arte ao mais alto nível e de trabalhos em curso na fronteira da(s) disciplina(s). A organização da AAG encoraja os participantes a organizar voluntariamente sessões temáticas, de comunicações ou painel, para a discussão de temas específicos – por exemplo, em 2009, surgiram temas como “Local Government Boundary Change”, “World Cities and Global Production Networks”, “The Experiences of Immigrants and Refugees in Urban Areas: Canada and Europe” ou “The institutional-evolutionary interface: challenges, contradictions and conflicts in economic geography”. O encontro da AAG permite ainda tomar parte em aulas patrocinadas por revistas científicas da especialidade e participar em reuniões de reflexão de alto nível nas diversas sub-disciplinas (por exemplo, em 2009, na sessão de discussão em torno dos desafios e respostas da geografia económica ao prémio Nobel da Economia de Paul Krugman).

Do lado dos pontos fracos, tal como num grande “bazar”, tende a pesar i) a elevada impessoalidade do evento e ii) as dificuldades logísticas inerentes a uma conferência da dimensão da AAG. A concentração de pessoas não é por si só garante de interação e *networking* e pode até torná-los relativamente mais difíceis, dada a grande diversidade de especialidades e interesses académicos representados na AAG. Por outro lado, a dimensão da AAG tende a gerar dificuldades logísticas e aspectos organizacionais menos bem conseguidos. Na edição de 2009 é de salientar a fragmentação do espaço físico da conferência entre dois centros de congressos relativamente distantes entre si, implicando dificuldades de movimentação entre sessões, bem como a quase não disponibilização de internet e postos de acesso (5 computadores no total para 7 000 participantes). A divulgação durante a semana de 3 números da *newsletter AAGeogram* permitiu relembrar a realização e localização de alguns eventos e facilitou, dentro do possível, a comunicação entre a organização e os delegados. O envolvimento da organização é mantido ao mínimo durante toda a conferência. Após definido o programa e reservadas as salas, a conferência funciona praticamente em regime de “laissez-faire”.

## COMO PREPARAR A PARTICIPAÇÃO NUMA AAG?

De seguida ficam algumas notas breves sobre questões a ter em conta na preparação de uma participação – apresentação de uma comunicação – na AAG<sup>2</sup>.

Em primeiro lugar, é importante estabilizar o tópico com alguma antecedência e prestar atenção às datas chave no *website*. Não é necessário ter um artigo escrito, mas é importante procurar antecipadamente a sessão mais adequada. No momento de registo, a organização apenas requer a submissão de um pequeno resumo da comunicação, ao qual atribui um código. Após a submissão, existem três alternativas:

– Por defeito, deixar a organização encaminhar a comunicação para uma sessão em função das palavras-chave, com o risco de esta ser encaminhada de modo semi-aleatório para uma sessão mais generalista ou de um tema apenas indirectamente relacionado. Por exemplo, quando submeti ao *website* uma comunicação para a discussão de “mecanismos evolucionistas na geografia económica” fui encaminhado para uma sessão sobre comércio internacional de *commodities*, dado que duas das palavras-chave da comunicação eram “Brasil” e “biofuels”.

– Procurar sessões específicas, individualmente organizadas, no *website* da conferência ou outros contactos. O organizador pode ser contactado sobre o interesse de incluir a comunicação na sessão. Estas sessões são geralmente melhores para todos: tendem a ser mais focadas, fomentam um *networking* mais orientado e por vezes dão origem a convites para números especiais de revistas científicas e outras publicações. Por exemplo, estando insatisfeito com a sessão e o tema para onde fui encaminhado, contactei o organizador de uma sessão sobre “geografia económica evolucionista”, no sentido de incluir a comunicação na sua sessão;

– Tomar a iniciativa de organizar uma sessão específica. A organização avaliará a relevância e adequação do tema (por exemplo, pelo potencial de mobilização e interesse dos participantes) e verificará se existem sobreposições com outras sessões, podendo sugerir uma eventual fusão. O organizador pode convidar participantes para a sessão. A organização de um painel ou de um *workshop* segue um procedimento semelhante.

Em segundo lugar, dada a dimensão deste “bazar”, convém fazer antes uma “lista de compras”. Se é verdade que podemos encontrar agradáveis surpresas pelo caminho, é conveniente definir *a priori* sessões a não perder a par de outras alternativas em segundo grau de prioridade. O programa deverá estar disponível no *website* cerca de um mês antes da conferência. Estes podem parecer os procedimentos óbvios das “boas práticas de participação numa conferência”, mas aqui ganham particular importância dada a dimensão da conferência e as múltiplas actividades paralelas. Importa também não esquecer que as comunicações duram cerca de 20-25 minutos incluindo discussão e que uma parte significativa da discussão e *networking* tenderá a tomar lugar fora da sala da conferência. Vale ainda a pena pensar na inscrição em *workshops* e visitas de estudo com alguma antecedência – as mais populares esgotam rapidamente, mas são importantes para respirar um pouco e desanuviar da agitação do “bazar”.

---

<sup>2</sup> As próximas AAG 2010 e AAG 2011 terão lugar em Washington e Seattle, respectivamente.